

BAB IV

TEMUAN DAN PEMBAHASAN

A. BAGAIMANA STRATEGI PEMASARAN PRODUK PEMBIAYAAN MODAL KERJA DI BTN CABANG SYARIAH MEDAN

Dalam praktiknya di BTN Cabang Syariah Medan jalan H. Juanda, ada beberapa macam produk pembiayaan. Salah satu produk pembiayaan di BTN Syariah tersebut ialah produk pembiayaan modal kerja. Pembiayaan modal kerja ini merupakan produk yang cukup lama yang dimiliki oleh BTN Syariah kantor cabang medan.

Pembiayaan modal kerja ini bertujuan untuk memenuhi kebutuhan dana nasabah yang menjalankan usaha produktif selain usaha pembangunan proyek perumahan yang dilaksanakan dengan akad mudharabah dan musyarakah.

Strategi yang dilakukan oleh BTN cabang Syariah medan dalam memasarkan produk pembiayaan modal kerja adalah sebagai berikut:

1. Melakukan pemasaran secara intensif seperti:

a. Penyebaran brosur

Biasanya brosur pembiayaan modal kerja BTN Syariah di sebarakan ke developer-developer ataupun melakukan penyebaran dalam acara pameran dan bazar misalnya seperti acara pameran di lapangan merdeka. Pihak marketing dari BTN Syariah menawarkan brosur pembiayaan modal kerja kepada peserta bazaar.

b. Penguatan hubungan ke pengusaha-pengusaha dan pengembang.

Dalam hal ini, hubungan antara pengusaha atau pengembang dengan pihak bank harus tetap terjalin baik. Penguatan hubungan dengan pengusaha dapat dilakukan dengan cara memahami apa yang dibutuhkan oleh pengembang usaha. Untuk mengetahui apa yang dibutuhkan pengembang maka pihak BTN Syariah harus bisa menjalin hubungan yang baik dengan saling berkomunikasi yang berkaitan dengan usaha yang dikembangkan dan memberikan pelayanan terbaik

c. Aktif dalam asosiasi-asosiasi dalam bidang property seperti REI (Real Estate Indonesia) dan APERSI (Asosiasi Perumahan Subsidi)

Apabila pihak marketing dari BTN Syariah aktif dalam asosiasi-asosiasi, para pengembang jadi lebih mudah dalam menjalin komunikasi yang lebih intens dan baik dalam mendesain perumahan yang sesuai dengan keinginan pengembang usaha. Sehingga dengan adanya asosiasi ini dapat menambah peluang dalam menjalin kerjasama antara pihak bank dan pengembang.

d. Ikut serta dalam pameran-pameran seperti REI EXPO atau pameran BI.

Pameran REI EXPO bertujuan untuk meningkatkan hubungan antara pihak bank BTN Syariah dan developer atau pengembang serta memperkenalkan properti hunian pada konsumen. Dalam pameran REI EXPO tersebut BTN Syariah dapat menampilkan pengembang-pengembang yang baik untuk menarik minat konsumen.

2. Cross selling

Dalam cross selling bank menawarkan kembali produk atau jasa baru kepada nasabah sesuai dengan kebutuhan. Sehingga dapat meningkatkan minat nasabah terhadap pembiayaan yang diberikan oleh bank.

3. Memperluas Jaringan ATM

BTN Syariah cabang Medan telah membuka serta memperluas jaringan ATM terkhususnya ATM bersama. Dengan membuka ATM bersama dapat memudahkan nasabah yang berada diluar kota medan untuk melakukan kegiatan transaksi keuangan tanpa harus ke bank BTN Syariah cabang medan. Selain itu dengan ATM bersama kegiatan transaksi dapat dilakukan dengan bank yang berbeda.

Selain dari strategi yang di sebutkan diatas BTN Syariah juga melakukan pemasaran dengan strategi *marketing mix* (bauran pemasaran):

a) *Product* (produk)

Dalam penerapan produk, BTN Syariah berusaha menampilkan produk yang berkualitas. Dengan produk yang berkualitas akan memberikan kepercayaan kepada masyarakat luas untuk menggunakan produk yang ada di BTN Syariah. Meskipun pembiayaan modal kerja bukan produk unggulan tetapi BTN Syariah tetap berusaha memberikan pelayanan yang terbaik.

b) *Price* (penetapan harga)

Penetapan harga yaitu menentukan harga yang dapat mencerminkan nilai kuantitatif dari produk yang ada. Dalam hal ini BTN Syariah tidak menentukan besar atau kecilnya suatu usaha yang akan dibiaya, namun harus memenuhi syarat pembiayaan yaitu minimal berdirinya usaha selama 2 tahun. Dengan laporan keungan selama 2 tahun tersebut pihak bank akan membiayai 80% dari usaha. Dan akan memperoleh bagi hasil sesuai margin dan kesepakatan bersama.

c) *Place* (pemilihan saluran distribusi)

Setelah perusahaan berhasil menciptakan barang atau jasa dan menetapkan harga yang layak, tahap berikutnya yaitu menentukan lokasi distribusi.

Lokasi berhubungan dengan keputusan yang dibuat oleh BTN Syariah mengenai dimana tempat untuk melakukan promosi. Dalam hal ini terdapat beberapa tipe interaksi yang dilakukan antara pihak bank BTN Syariah dan nasabah, yaitu:

- 1) Nasabah mendatangi langsung pihak bank
- 2) Pihak bank mendatangi nasabah, atau

Untuk melakukan promosi BTN Syariah cabang medan telah menjangkau sampai keluar daerah kota medan seperti; siantar, padang sidimpuan, maindailing, deli serdang dan sebagainya.

d) *Promosi*

Promosi merupakan suatu bentuk komunikasi pemasaran. Aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi, membujuk perusahaan yang bersangkutan untuk membeli produk yang ditawarkan.

Dalam melakukan kegiatan promosi produk pembiayaan modal kerja BTN Syariah cabang medan menggunakan promosi berupa:

1) Periklanan (advertising)

Periklanan merupakan alat utama bagi BTN Syariah cabang medan dalam mempengaruhi nasabahnya. Media yang digunakan yaitu spanduk maupun brosur.

2) Penjualan pribadi (personal selling)

Penjualan pribadi merupakan melakukan pendekatan secara personal kepada nasabah. Strategi pemasaran yang dilakukan oleh BTN Syariah cabang medan melalui kegiatan personal selling antara lain: melalui kontak langsung atau bertatap muka secara langsung dengan calon nasabah untuk pertama kali dalam melakukan pembiayaan modal kerja.

3) Publisitas (publicity)

Dalam melakukan strategi ini BTN Syariah cabang medan menggunakan media publisitas melalui forum internet dalam mengenalkan produk pembiayaan modal kerja BTN Syariah.

e) Orang (people)

Di BTN Syariah cabang medan mengajarkan para pegawainya untuk memperlakukan nasabahnya dengan baik dan professional agar nasabahnya merasa nyaman dengan pelayanannya. Selain itu pegawai juga dianjurkan untuk tetap menjalin hubungan yang baik dengan nasabahnya.

B. KENDALA YANG DIHADAPI BTN CABANG SYARIAH MEDAN DALAM PEMASARAN PEMBIAYAAN MODAL KERJA

Dalam memasarkan produk pembiayaan modal kerja BTN Syariah cabang medan tentu memiliki beberapa kendala diantaranya yaitu:

1. Keterbatasan Sumber Daya Manusia (SDM)

Seperti yang kita ketahui BTN Syariah jalan Juanda Medan merupakan satu-satunya bank BTN Syariah yang ada di kota medan. BTN Syariah telah memiliki nasabah hingga berbagai daerah diluar kota medan. Dalam melakukan pemasaran BTN Syariah cabang Medan sudah memiliki beberapa tenaga pemasar akan tetapi dirasa kurang mencukupi dari target yang diharapkan. Kurangnya sumber daya manusia pemasaran yang kompeten ini disebabkan oleh beberapa hal, antara lain:

a. Tenaga pemasar bukan berasal dari latar belakang pemasaran Pada saat perekrutan pegawai khususnya tenaga pemasaran kadang latar belakang pemasaran tidak dijadikan tolak ukur untuk dijadikan sebagai tenaga pemasar, akan tetapi lebih pada pengalaman kerja, serta kemampuan yang lain dianggap mampu dijadikan

sebagai tenaga pemasar. Sehingga prinsip-prinsip pemasaran yang dilakukan hanya berdasar pada pengalaman kerja. Namun pengetahuan akan pemasaran masih minim.

2. Persaingan Dengan Bank Lain

Produk pembiayaan modal kerja tidak hanya dimiliki oleh BTN Syariah namun juga terdapat disetiap bank. Setiap bank tentu akan berusaha dan berlomba-lomba memberikan pelayanan yang terbaik untuk nasabahnya. Pembiayaan modal kerja diBTN Syariah memberikan pembiayaan terhadap usaha-usaha kecil maupun menengah keatas, bahkan BTN syariah sangat dikenal dengan produk pembiayaan khususnya dalam sektor perumahan. Namun saat ini BTN Syariah sudah tidak membuka layanan KUR (Kredit Usaha Rakyat) hal ini disebabkan karena banyak nasabah yang tidak memenuhi kewajibannya. Sehingga apabila ada nasabah yang ingin mengajukan pembiayaan KUR harus menjalani proses yang cukup lama karena harus mendapatkan izin dari pusat. Jika nasabah harus menunggu waktu yang cukup lama dalam pembiayaan modal kerja, tentu nasabah akan mencari bank yang dapat memberikan pelayanan yang lebih cepat.

Untuk itu BTN Syariah juga memiliki cara untuk mengatasi kendala tersebut dengan cara tetap menjalin hubungan baik dengan nasabahnya atau dengan membangun relasi.

Selain kendala diatas, BTN Syariah juga memiliki kendala seperti:

a) Kendala Teknis

Pihak pengembang atau developer dalam proses pembiayaan tidak memenuhi persyaratan misalnya; tidak memenuhi persyaratan kelengkapan seperti surat bebas banjir, tuntutan dari pihak lain atas usaha yang dibangun.

b) Kendala Non teknis

Yaitu perselisihan yang terjadi antar pengembang usaha sehingga menyebabkan pembiayaan tidak terpenuhi kepada pihak bank.